

Методы оценки внутренней и внешней среды организации

Терчукова Саида Вячеславовна
E-mail: terch.saika@gmail.com

Актуальность темы исследования заключается в том, что методы анализа внутренней и внешней среды организации играют ключевую роль в стратегическом управлении и принятии решений. В условиях постоянно меняющегося бизнес-окружения, организации должны адаптироваться к внешним вызовам и эффективно использовать свои внутренние ресурсы для достижения конкурентных преимуществ. Важно выявить, какие именно методы анализа и оценки среды оказывают наибольшее влияние на успех бизнеса и его устойчивость.

Степень разработанности темы исследования достаточно высокая, в литературе можно найти множество работ, посвященных как теоретическим основам, так и практическим аспектам применения различных методов анализа. Исследования, такие как работы Москвиной М. М., Чурсиной П. И. и Суховой А. С., охватывают основные методы анализа внутренней и внешней среды, включая SWOT-анализ, PEST-анализ и другие инструменты. Эти исследования подробно описывают, как данные методы помогают организациям выявлять сильные и слабые стороны, а также внешние угрозы и возможности.

Работы Шурпенковой Р. К. и Сарахмана О. Н. посвящены методам комплексной оценки внешней и внутренней среды предприятия, в которых рассматриваются как преимущества, так и недостатки различных подходов. В исследованиях освещены различные аспекты, которые влияют на выбор подхода для анализа внешней и внутренней среды, а также сложности, с которыми могут столкнуться организации при применении этих методов.

Цель исследования заключается в изучении методов анализа внутренней и внешней среды для повышения эффективности управленческих решений и оптимизации процессов в организации.

Для достижения поставленной цели были определены следующие **задачи**:

- рассмотреть сущность и роль анализа внешней и внутренней среды организации.
- рассмотреть методы и приемы анализа внешней среды организации

Методы исследования: синтез, анализ, аналогия.

Ни одна организация не может существовать в вакууме. На него влияют десятки внешних факторов. Характеристики внешней среды, которые всегда следует принимать во внимание, - это динамизм, постоянное движение и изменения. Меняется структура рынка, у потребителей появляются новые предпочтения, меняются курсы валют, принимаются новые законы. Если компания гибкая, быстро реагирует на изменения и может справиться с ними, она находится на пути к успеху.

Анализ внешней и внутренней среды организации - это исследование факторов, влияющих на организацию, для подготовки перспективного списка, в котором показаны все существующие и предполагаемые элементы возможностей и угроз.

Исследование факторов состоит из двух этапов:

1. Сбор данных об изменениях в социальной, экономической, политической и технологической среде компании;
2. Обсуждение обработанных данных для составления списка, выделяющего возможност и угрозы, на которые стоит обратить внимание.

Объектами изучения являются продукты и их компоненты, реализация производственных целей, а также деятельность по развитию и маркетингу. Цель исследования - выявить

*Конференция «65-я межрегиональная студенческая научная конференция:
Региональная площадка "Вернадский - Адыгея"»*

недостатки, которые влияют на эффективность реализации функций и достижение запланированных результатов.

Существует множество приемов и методов анализа внешней и внутренней среды организации. Наиболее популярными методами анализа внешней среды является PEST-анализ и конкурентный анализ.

PEST-анализ внешней среды организации осуществляется в целях исследования внешних факторов косвенного влияния. Содержание метода легко запомнить, поскольку в PEST входят элементы окружения из сфер политики, экономики, социума и технологий. Все четыре типа факторов пересекаются, поэтому направление анализа важно корректировать. Изменения в одном направлении приводят к переменам в другом: новым возможностям или возникновению опасностей.

Экономическая характеристика внутренней же среды организации может анализироваться с помощью таких методов как:

1. Горизонтальный и вертикальный анализ. Горизонтальный анализ помогает изучить изменение итоговых показателей во времени. Можно проследить изменения, произошедшие за предыдущий и предшествующий предыдущему годы, можно понять сложился положительный или отрицательный результат. Для анализа берутся любые два или три периода, это могут быть кварталы или годы.

Вертикальный анализ называется еще структурным, так как показывает структуру конечных данных в виде относительных величин. Данный вид анализа позволяет посмотреть изменения элементов показателя по сравнению с предыдущими годами.

2. Расчет и анализ относительных показателей предприятия (коэффициентный анализ). В экономической литературе под понятием коэффициентный анализ, как правило, понимают анализ и изучение финансовой отчетности с использованием набора различных финансовых показателей (коэффициентов). Основное назначение данного коэффициентного анализа – это описание организации по некоторым базовым показателям, позволяющим лучше узнать о ее финансовом состоянии.

Основным инструментом анализа внутренней среды организации служит SWOT-анализ. При регулярном его использовании фирма может достичь значительных результатов во внутренней политике. Поэтому маркетинговая среда и ее комплексное исследование носят ключевой характер в деятельности любой фирмы.

Основная цель SWOT-анализа – исследование сильных и уязвимых сторон организации. Должен быть проведен анализ потенциальных угроз от факторов извне, поиск и определение предположительных путей развития фирмы. Кроме того, анализ помогает установить связи между данными составляющими.

Факторы, которые рассматривают при анализе, очень многообразны. При желании в процессе SWOT-анализа их можно распределить по следующим группам: организационным, финансовым, техническим, кадровым, маркетинговым. Кадровыми факторами при анализе, таким образом, можно считать квалификацию, уровень навыков и количество недостатков, которыми обладает персонал. Маркетинговые анализы всегда являются важными сторонами работы, поскольку касаются рынка, конкурентов, услуг, отличий продукта.

Заключение

Изучение влияния двух внешних сред на организацию является ключевым этапом в принятии управленческих решений, но этот процесс не лишен сложностей. Для его успешного выполнения необходимо глубокое понимание происходящих в анализируемых средах процессов, точная оценка факторов и их взаимосвязи, а также определение того, как эти

*Конференция «65-я межрегиональная студенческая научная конференция:
Региональная площадка "Вернадский - Адыгея"»*

факторы взаимодействуют с сильными и слабыми сторонами организации, ее возможностями и угрозами, исходящими из внешней среды, которые в свою очередь оказывают влияние на внутреннее состояние организации. Без понимания окружающей среды организация не сможет эффективно функционировать и достигать своих целей.

Организации обладают свободой выбора в отношении методов анализа, из широкого спектра доступных инструментов они отбирают наиболее подходящие для своих нужд. Но при этом, для адекватной оценки влияния факторов на организацию, необходимо учитывать специфику выбранного метода анализа.